| | |
|---|---|
| **SENADO**<br>DIRECCION GENERAL LEGISLATIVA<br>**SECRETARIA** | XLVa. LEGISLATURA<br>PRIMER PERIODO |
| | CARPETA Nº 145 de 2000 |
| COMISIÓN DE CONSTITUCIÓN Y LEGISLACIÓN | DISTRIBUIDO Nº 115 de 2000 |
| MAYO DE 2000 | SIN CORREGIR<br>POR LOS ORADORES |

# *MEJORA DE LOS SERVICIOS PUBLICOS Y PRIVADOS, DE LA SEGURIDAD PUBLICA Y DE LAS CONDICIONES EN QUE DESARROLLAN LAS ACTIVIDADES PRODUCTIVAS*

*Unión de Vendedores de Nafta del Uruguay*

*Audiencia*

**********

*Versión taquigráfica de la sesión, de la Subcomisión del día 4 de mayo de 2000*

# *ASISTENCIA*

**PRESIDE** : Senador Yamandú Fau

**MIEMBROS** : Senadores Guillermo García Costa y Manuel Núñez

**INVITADOS** : Vicepresidente, Guillermo Bandeira; Gerente, Alberto Amaro; señor Sergio Korona e ingeniero Alvaro Gonzáles.

**CONCURREN** : Senador Marcos Abelenda y Director General Legislativo, Luis M. Paravís.

**SECRETARIA:** Josefina Reissig

**AYUDANTE** : Gloria Mederos

**********

**SEÑOR PRESIDENTE.-** Habiendo número, está abierta la sesión.

(Es la hora 10 y 9 minutos)

En el día de hoy hemos sido convocados, entre otras cosas, para recibir a los representantes de la Unión de Vendedores de Nafta del Uruguay, a quienes con mucho gusto concedemos la palabra en función de la solicitud que hicieron para ser recibidos.

**SEÑOR BANDEIRA.-** La Unión de Vendedores de Nafta del Uruguay es una gremial patronal que agrupa las 520 estaciones de servicio que existen en el país incluyendo, por supuesto, las 172 que hay en Montevideo.

Estamos un poco preocupados porque conocemos el texto del proyecto de ley que ustedes tienen a estudio. La Unión de Vendedores de Nafta tiene absoluta y total convicción de que existe necesidad de legislar en este tema.

Queremos contarles que hemos firmado convenio con el Grupo Tacurú, a cuyos integrantes hemos brindado cursos de capacitación para que luego comenzaran a trabajar en nuestras estaciones de servicio. Para nosotros es fundamental apoyar todas las iniciativas que presenta este proyecto de ley, aunque entendemos que tiene defectos y algunos aspectos a corregir. Vemos que aquí se refieren directamente a las estaciones de servicio y a otros comercios que no son la mayoría de los que están generando este problema. Pensamos que dirigiéndolo a las estaciones de servicio se parcializa mucho el asunto, por lo que habría que ampliar un poco más el espectro.

Solicitaría a la Subcomisión que se ha creado en la Unión de Vendedores de Nafta del Uruguay, integrada por los señores Korona y González, que ha estudiado el tema más a fondo, que aclarara con más detalles cómo es la situación.

**SEÑOR KORONA.-** Antes que nada, quiero señalar que somos empresarios que trabajamos legalmente en estaciones de servicio que están a la vista de todos, iluminadas y con seguridad. Inclusive, muchos de nosotros hemos hecho reformas con inversiones realmente costosas. Hemos tratado de aportar, cada uno a su manera y a su estilo, al mejoramiento de la ciudad y de la zona donde están instaladas las estaciones de servicio. Asimismo, tratamos de brindar el mejor servicio y vemos que, justamente, lo que hace una ley de este tipo es perjudicarnos. Digo esto porque la venta de bebidas alcohólicas es una parte muy pequeña de la venta en general de los minimercados que se establecieron junto a las estaciones de servicio, pero al mismo tiempo, esto lleva una serie de ventas asociadas, porque quien va a consumir una botella de cualquier tipo de bebida alcohólica a una estación de servicio, también compra otra serie de cosas. Además, hay que tener en cuenta que el secreto de todo esto es que se brinda un servicio las 24 horas del día los 365 días del año. Sin lugar a dudas,

este era un servicio que la comunidad estaba pidiendo y por ello surgieron estos minimercados.

Hemos solicitado al doctor Martins que hiciera un análisis del texto proyectado y él encontró fallas constitucionales que creo figuran en el memorándum que les hemos presentado y, en la medida que lo consideren necesario, pueden consultarlo. Más allá de las fallas jurídicas que puede haber en todo esto, entendemos que existen errores en los objetivos a que apunta todo esto. Nuestra preocupación está dada porque, además de ser empresarios, también somos padres de familia y tenemos hijos adolescentes y mayores. La realidad de nuestros comercios es que venden a todo tipo de público. Hoy en día existe una legislación vigente que es aplicada por nosotros y que dice que no se puede vender alcohol a menores de dieciocho años a las dos de la mañana ni a las dos de la tarde. Repito que esa legislación vigente en nuestros comercios es aplicable. Sin embargo, también está vigente una legislación que dice que no se puede consumir bebidas alcohólicas en la vía pública; si se aplica o no, no es problema nuestro. Me pregunto si con esta ley se conseguirá disminuir el consumo de alcohol en la juventud o no, porque tal vez con la legislación actual alcanzaría, aplicándola correctamente.

Por otro lado, las estaciones de servicio y los minimercados de 24 horas no son los únicos que venden bebidas alcohólicas. Hoy en día pululan por las calles de Montevideo los carritos o los kioscos, pero no sé si estos comercios entran dentro de la legislación propuesta.

También nos preguntamos por qué se fijó el horario de cero a seis de la mañana, cuando el problema recién empieza a partir de las tres o cuatro de la madrugada. El problema del consumo de alcohol y de la gente alcoholizada en la calle se produce mucho después de las dos de la mañana. Justamente, el problema sería a partir de las cinco, cuando los muchachos salen de las discotecas y de los pubs y quieren seguir consumiendo alcohol. Entonces, el horario tampoco encajaría dentro de una lógica de control de todo eso.

En realidad, con esta redacción se trata de lograr algo que nosotros también buscamos porque, como padres de familia, también queremos bajar el consumo de alcohol de los jóvenes. Ahora bien, ¿este tipo de medidas generará eso o justamente el efecto contrario? ¿No podrá suceder que en vez de estar en estaciones de servicio o lugares iluminados, con seguridad y limpieza, que venden alcoholes legítimos y comprados legalmente, vayan a otros sitios o escondrijos que son absolutamente incontrolables, donde los jóvenes de todas maneras van a comprar ese alcohol? Simplemente, en lugar de ser comprado en lugares legales, se hará en otros ilegales, mucho menos dominables y donde incluso puede correr peligro la vida de quienes consumen, por no existir los controles necesarios.

Hay otros aspectos que tampoco nos quedan claros. Como en el resto del mundo, en el Uruguay se ha desarrollado una forma de venta de entrega de comida a domicilio y sabemos que se entregan bebidas alcohólicas. Entonces, ¿eso estaría incluido dentro de esta legislación? ¿Quién controlaría todo esto?

Por otro lado, el texto de la ley prevé que haya un órgano que puede cambiar el propio texto de la ley. Por lo tanto, mañana no sabemos quién –ustedes deben reglamentar quién lo debe hacer- puede decidir que la mejor hora no es de cero a seis sino, por ejemplo, de una a cero. Es decir que se puede llegar a reglamentar la ley en contra de su propio texto, tomándose atribuciones que van más allá de su espíritu.

Es cierto que nos vemos perjudicados, pero no sólo como empresarios sino también como ciudadanos. Nosotros queremos llevar adelante el espíritu que impulsa esta ley, pero no este texto.

**SEÑOR BANDEIRA.-** Complementando lo que decía Korona, nosotros estamos totalmente de acuerdo con la ley, pero no nos parece correcto que sea discriminatoria, ya que la idea es acotar la posibilidad de adquisición de bebidas alcohólicas por la juventud. Digo juventud porque a nosotros no sólo nos preocupan los menores de edad, sino aquellos que teniendo la mayoría de edad, también consumen bebidas alcohólicas. Estos son una cantidad importante y también es un problema para el futuro.

En definitiva, nosotros queremos que esta ley se apruebe, pero no poniéndole una curita a un cáncer, sino para que sea algo que realmente corrija el problema que está viviendo el Uruguay. Pienso que solamente reglamentar, o prohibir, la venta de bebidas alcohólicas en estaciones de servicio y locales de 24 horas, es como poner una curita. No hay que olvidar que Uruguay tiene un bar en cada una de sus esquinas, y los que hemos viajado sabemos que en otros países eso no sucede. Por ejemplo, anoche, luego de que finalizó nuestra reunión de Directiva de la Unión de Vendedores de Nafta –cuya sede se encuentra en la calle Félix Olmedo-, como de costumbre, fuimos a comer a "La Pasiva", y con asombro pudimos observar sobre el horno de pizza un letrero que decía "Cerveza de a litro Pilsen para llevar: equis pesos". Quiere decir que, de acuerdo con el nuevo texto de la ley, ese es uno de los comercios que podría seguir vendiendo bebidas alcohólicas. Aclaro que con esto no estoy atacando a "La Pasiva", porque ellos están haciendo su negocio pero, justamente, con ese tipo de ofertas están promocionando una de las bebidas que inicia a los jóvenes en el consumo de alcohol, con el agravante de que se ofrece a un precio especial para consumirla fuera del local. Esto está fomentando la consumición de esa bebida alcohólica en la calle.

Por nuestra parte, entendemos que si se prohibe la venta de bebidas alcohólicas en estaciones de servicio y en locales de 24 horas, pero esa reglamentación no se extiende a todos los comercios que despachan dichas bebidas, no se va a corregir en absoluto el problema. Por tal motivo, consideramos que la ley no debería ser discriminatoria y tendría que contemplar a todos los comercios que venden bebidas alcohólicas.

**SEÑOR GONZALEZ.-** Quisiera mencionar algunas cifras para que los señores Senadores se formen una idea sobre este punto.

Las ventas de bebidas alcohólicas, expresadas en pesos y no en cantidades, dentro de nuestros negocios, representan un 15%. Asimismo, las

infracciones realizadas, tomadas por el INAME, en un número de 2.087 inspecciones efectuadas en locales de estaciones de servicio, fueron 12, en comparación con el resto de los locales. Aproximadamente el 70% de nuestros consumidores de bebidas alcohólicas, son personas mayores de 40 años.

Estas cifras, más o menos, pueden dar una idea de que no se trata de un problema de los jóvenes, si bien admitimos que dan una muy mala imagen y, en ese sentido, estamos totalmente de acuerdo con las autoridades, porque al igual que a la ciudadanía, a nosotros también nos molesta este tipo de situaciones. En este momento, se da una imagen realmente deplorable de muchos de nuestros comercios por esas personas que consumen la bebida alcohólica en la vía pública, lo cual como todos sabemos no es legal. Por otro lado, conocemos las limitaciones del Ministerio del Interior para poder llevar adelante una coacción sobre ese tipo de actividad. Todo esto lo tenemos presente y consideramos que es el motivo de la elaboración de este proyecto de ley. Me refiero concretamente a la imposibilidad que tiene el Ministerio del Interior para realizar el control de este problema.

**SEÑOR BANDEIRA.-** Quiero aclarar que a nosotros nos molesta mucho la presencia de los jóvenes en la pista de las estaciones de servicio consumiendo alcohol. Actualmente, para expulsarlos, hemos tenido muchos problemas y han llegado a romper botellas y a realizar destrozos en nuestros locales. Por nuestra parte, no nos interesa que se consuma esa bebida en la estación de servicio; inclusive, en uno de los memorándum que vamos a dejar en manos de los señores Senadores, pedimos que se instaure la prohibición de consumir bebidas alcohólicas en las estaciones de servicio. Lo que pretendemos es brindar un servicio a la comunidad en el sentido de que, por ejemplo, si alguien recibe visitas en su casa inesperadamente, pueda ir hasta la estación de servicio que se encuentra abierta y comprar una botella de whisky y algunos elementos para acompañar el copetín. Consideramos que esa necesidad no va más allá, como decía Korona, de determinada hora de la madrugada. Obviamente, después de esa hora los que recibimos son muchachos que se embriagaron en otro lado y vienen a la estación de servicio a seguir consumiendo alcohol y a causarnos problemas. Reitero que esto es lo que queremos erradicar de nuestros comercios. En esas condiciones, la ley –incluso dejando de lado el punto de vista humano por el deterioro que la ingestión de alcohol produce en las personas- nos es útil hasta desde el punto de vista comercial, al alejar de nuestros locales a esos muchachos que vienen a alcoholizarse después de las 2 hasta las 6 u 8 de la mañana. Después de esa hora el problema ya no existe, pero hasta ese momento nos complica la vida. No se trata de solucionar las cosas para no complicarnos; a lo que apuntamos es a colaborar con la Comisión en una redacción de la ley, que no sea discriminatoria y que resulte realmente efectiva y no meramente un "paño tibio" que en definitiva no va a solucionar absolutamente nada.

**SEÑOR KORONA.-** Tenemos pedida una reunión con la Dirección del INAME . Estamos manejando la idea de poner a disposición de ese organismo nuestras estaciones de servicio a los efectos de que las utilicen como vehículo

educativo, no sólo para los menores, sino también para los jóvenes. Fíjense que hay mayores de edad, entre 18 y 25 años, que también son jóvenes y que consumen alcohol, lo que constituye, evidentemente, un tema a considerar. Entonces, a través del INAME o de la autoridad que se considere competente, queremos poner a disposición nuestras estaciones de servicio, repito, como vehículo educativo. Creemos que sería una buena vía, porque allí sí van los jóvenes a comprar el alcohol, y por medio de carteles, panfletos, etcétera, se les puede enseñar que si bien se puede consumir bebidas alcohólicas siendo mayor de edad, debe hacérselo en la medida correcta, con todas las garantías y precauciones como, por ejemplo, la de no conducir.

**SEÑOR PRESIDENTE.-** Agradecemos mucho este informe, sobre todo la fundamentación por escrito, que nos será de gran utilidad.

**SEÑOR GONZALEZ.-** Muchas gracias y desde ya quedamos a las órdenes.

(Se retira de Sala la delegación de Unión de Vendedores de Nafta del Uruguay)

UNVENU

Montevideo, mayo 4 de 2000

Sr. Presidente de la Comisión de
Constitución y Legislación del Senado
Prof. YAMANDU FAU
Presente.-

De nuestra consideración:

Adjuntamos a la presente, memorandum relacionado con restricciones a la venta de bebidas alcohólicas previstas en el proyecto de ley de urgencia a estudio de esa Comisión.

Saludan a Vd. muy atentamente,

HECTOR PARRELLA
Presidente

DANIEL AÑON
Secretario

CD/38/00

UNION DE VENDEDORES DE NAFTA DEL URUGUAY
Miembro de la Comisión Latinoamericana de Empresarios de Combustibles
FELIX OLMEDO 3520 - TEL. FAX: 309 5778 / 307 3167 - 598 2 309 5778
11700 Montevideo - Uruguay

UNVENU

**MEMORANDUM**

A la Comisión de Constitución y Legislación
de la Cámara de Senadores

Ref.: Expendio o suministro de bebidas alcohólicas
(Artes. 79° y 80° del proyecto de ley de urgencia)

1.- La UNION DE VENDEDORES DE NAFTA DEL URUGUAY (UNVENU) ha considerado desde siempre su compromiso con la defensa de los intereses sociales de prevención y control del consumo de bebidas alcohólicas, especialmente entre la población juvenil, participando en distintos emprendimientos relacionados con el tema.

2.- La UNVENU es consciente y manifiesta su propósito de continuar colaborando con toda amplitud con las autoridades públicas en la prevención y control del consumo indebido de bebidas alcohólicas y, en tal sentido, comparte la filosofía que inspira el proyecto de ley a estudio.

3.- Nuestros socios cumplen estrictamente con la legislación vigente en la materia, son controlados de manera permanente por las autoridades competentes y cumplen con las normas impositivas, previsionales, laborales y todas aquellass impuestas por contratos suscritos con las distribuidoras mayoristas petroleras.

4.- No obstante, el texto del proyecto de ley a consideración adolece de distintos defectos que deben ser corregidos:

a) colide con la Constitución Nacional, en tanto otorga facultades al Poder Ejecutivo a efectos de modificar los criterios que la propia ley establece;

b) violenta los principios de igualdad y no discriminación, en tanto la prohibición sólo afecta a una parte del sector pero no a todos los locales por igual; y

c) transgrede el derecho de propiedad y la libertad de comercio reconocidos constitucionalmente, al disponer una prohibición de una actividad lícita sin la respectiva reparación.

5.- El proyecto, por tanto, debería ser corregido a efectos de evitar las observaciones jurídicas anteriores y, en especial, modificando el horario de una eventual prohibición para fijarlo entre 2 AM y 8 AM horas de cada día, comprendiendo a todos los locales comerciales y similares.

Montevideo, mayo 4 de 2000

**NOTA.-** Se agrega un "anexo" con desarrollo de fundamentos al presente texto.

**UNION DE VENDEDORES DE NAFTA DEL URUGUAY**
Miembro de la Comisión Latinoamericana de Empresarios de Combustibles
*FELIX OLMEDO 3520 - TEL. FAX: 309 5778 / 307 3167 - 598 2 309 5778*
*11700 Montevideo - Uruguay*

UNVENU

## ANEXO

### I.- UN FENÓMENO SOCIAL ANÓMALO Y SUS POSIBLES CAUSAS

El creciente alcoholismo juvenil, y no sólo el de los menores, así como la ingestión de bebidas alcohólicas en la calle, son preocupaciones que han llegado a todos los estratos, incluido el sector comercial que la UNVENU representa.

Como en todo fenómeno social anómalo, éste también es complejo. No es fácil, por tanto, desentrañar sus causas ni encontrar soluciones totales o parciales, inmediatas o a largo plazo.

Inciden factores ocupacionales y educacionales. Es conocido el alto nivel de desempleo entre la juventud a pesar de la nueva legislación adoptada para contrarrestarlo. Por otra parte, es escasa la disponibilidad de recursos para agregar a los que ya se vierten en materia educacional y aun la de aquellos necesarios para una labor de vigilancia suficiente.

Sin perjuicio, estamos seguros que en su momento, nuestros legisladores habrán de disponer un refuerzo de los medios a asignar a los servicios o dependencias oficiales directamente involucrados en el tema.

Con todo, sería injusto exigir resultados rápidos o inmediatos porque, en esta materia, siempre aparecerán con el tiempo.

### II.- POSIBLES SOLUCIONES INMEDIATAS

Pero lo antedicho no quiere decir que, mientras tanto, no haya nada por hacer o que sólo corresponda esperar a que, exclusivamente, las autoridades se ocupen de la tarea. Y aquí entraremos en el campo de las medidas con resultados inmediatos posibles.

Además de las autoridades gubernamentales, son varios los actores que tienen un rol asignado: instituciones como la nuestra, los medios de difusión, los agentes publicitarios y cualquier otra entidad o persona que estén dispuestas a procurar soluciones reales y sinceras, articulando esfuerzos para potenciar una labor a cumplir, necesariamente, en conjunto.

En lo que a UNVENU respecta, se puede decir que hace un tiempo ha empezado a recorrer este camino. Son prueba de ello, los dos cursos para la formación de personal para estaciones de servicio y garajes que hemos coordinado -dentro del Programa INJU PRO JOVEN- con el Movimiento TACURÚ.

También quisimos el año pasado, aportar presencia e ideas a nivel del M.S.P., insertándonos en las preliminares de una campaña que se intentó lanzar contra el alcoholismo juvenil y su vinculación con las muertes en accidentes de tránsito. Pero fuertes presiones comerciales, extrañas al emprendimiento, frustraron el proceso.

Creemos en este tipo de acciones conjuntas y debidamente coordinadas. Junto con el normativo, son los caminos más importantes a recorrer. No nos importan éxitos o frustraciones. Siempre estamos a la orden.

### III.- LOS MEDIOS DE DIFUSIÓN

Tienen un rol fundamental. Tanto en lo educativo como en cuanto al análisis objetivo del tema. Ni qué hablar en la difusión de soluciones y su apoyo.



**UNION DE VENDEDORES DE NAFTA DEL URUGUAY**
Miembro de la Comisión Latinoamericana de Empresarios de Combustibles
*FELIX OLMEDO 3520 - TEL. FAX: 309 5778 / 307 3167 - 598 2 309 5778*
*11700 Montevideo - Uruguay*

UNVENU

Paralelamente, deberán precaverse contra el manejo periodístico infeliz del tema que a veces muestran. Así, por ejemplo, días pasados en la primera plana de un diario se podía leer un gran titular: "Ley Seca en Estaciones de Servicio". En el colgado, se agregaba: "Frondosos Antecedentes. En lo que va del año, 14 minimercados fueron sancionados por el INAME por vender bebidas alcohólicas a menores."

Pero el día anterior, en la misma publicación el Presidente del INAME, Prof. JULIO CÉSAR SAETTONE, ya había aclarado que en un total de 2087 inspecciones realizadas en la costa, de Colonia a Rocha, entre el 4.12.99 y el 3.3.00, se aplicaron 203 multas de las que sólo 12 recayeron en estaciones de servicio. Y agregaba: las infracciones se habían constatado en discotecas, bares, estaciones, quioscos, supermercados y almacenes.

El aporte -objetivo- de los medios de difusión no es de difícil implementación. Y cuán valioso sería.

## IV.- LAS AGENCIAS DE PUBLICIDAD

Están, obviamente, conectadas con los medios de difusión. A la vez, están directamente relacionadas con los fabricantes o importadores de bebidas alcohólicas.

Es notorio que la franja etaria a la que se dirigen la mayoría de los mensajes publicitarios relacionados con bebidas alcohólicas (cervezas, especialmente) es la que corresponde a los sectores juveniles de nuestra sociedad.

Sin embargo, las agencias podrían, de mil y una formas, coadyuvar a la obtención de la meta que todos, seguramente, buscamos: abatir y -si fuera posible- erradicar, el consumo de alcohol a nivel juvenil y no sólo -reiteramos- entre los menores de edad.

No por ello tendrían que dejar de actuar dentro de los límites de su profesionalidad ni, particularmente, de los correspondientes a la alta y calificada creatividad que muestran, incluso a nivel internacional.

## V.- LAS DISPOSICIONES LEGALES

Se anuncian modificaciones para atacar al problema con inmediatez. Están en proceso de elaboración, dentro del proyecto de "ley de urgencia".

De modo general, se debe considerar,por un lado,que en nuestro país no está prohibido ingerir alcohol. Por otro, su venta es prácticamente libre. Las restricciones están referidas a la venta (prohibida a menores).

Toda modificación restrictiva debe ser cuidadosa. Están en juego derechos y garantías fundamentales (por ejemplo: libertad de comercio, el principio de igualdad). Por esto, sólo en consideración a la preservación de ciertos valores, bienes e intereses especialmente tutelados, se admite que se vean recortados por la ley.

Y a la vez de cuidadosa, la restricción nunca podrá ser discriminatoria. De lo contrario, sería injusta.

Con estas precisiones, pasamos a proponer las modificaciones normativas que podrían introducirse dentro del esquema vigente, varias de las cuales atañen a las estaciones de servicio.

//

UNVENU

A nuestro entender, las alteraciones legales más efectivas serían:

**a) Aumentar considerablemente la severidad de las sanciones por la venta de bebidas alcohólicas a menores.**

Podrían hasta triplicarse. En caso de reincidencia, se aplicaría la clausura del local por un lapso a determinar y la pérdida del permiso o habilitación para vender dichas bebidas.

**b) Instalar dentro de los locales de venta, publicidad obligatoria, profusa y bien visible al público, particularmente referidas a la prohibición de la venta de bebidas alcohólicas a menores y a la inconveniencia de su ingestión.**

La omisión en el cumplimiento de esta obligación, será severamente sancionada.

**c) Prohibición general de la ingestión de bebidas alcohólicas en la calle, la cual abarcará el caso de las servidas en mesas que los comercios puedan colocar en la vereda.**

Serán sancionados quienes beban y, en su caso, el comercio omiso.

**d) Prohibición general de la ingestión de bebidas alcohólicas en la pista y en cualquier local o sector ubicado dentro del perímetro de una estación de servicio.**

Las sanciones serán del mismo tenor que las que se prevean para el literal c).

**e) Prohibición general para cualquier comercio, de vender bebidas alcohólicas entre las dos y las ocho de la mañana.**

El tenor sancionatorio será similar al previsto para el literal anterior.

Las modificaciones legales que sugerimos pasan, fundamentalmente, por un redimensionamiento de las sanciones y por la creación de ciertas prohibiciones y responsabilidades, Son viables y seguramente efectivas. Sólo afectan derechos para combatir un fenómeno que a todos debe preocupar debido a que degrada el nivel de convivencia.

La propuesta de una gran severidad sancionatoria no está animada por un espíritu meramente represor. Sólo tenemos en cuenta la entidad del problema.

No proponemos , en algún caso, el quantum. Apenas auspiciamos el criterio ya que la medición de responsabilidades y sanciones debe quedar a cargo de los especialistas.

En otro plano, adelantamos que estamos convencidos del efecto disuasivo de sanciones severas. Sin pretender equiparar situaciones, no dejamos de tener presente que en países donde se aumentó la severidad de las sanciones aplicables a conductores infractores, el número de accidentes cayó en forma ostensible.

Tampoco debemos olvidar que vivimos en un estado de derecho. Por tanto, quien se sienta agraviado, contará con las garantías procesales y jurídicas en general, necesarias para hacer valer sus derechos.

//

**UNION DE VENDEDORES DE NAFTA DEL URUGUAY**
Miembro de la Comisión Latinoamericana de Empresarios de Combustibles
*FELIX OLMEDO 3520 - TEL. FAX: 309 5778 / 307 3167 - 598 2 309 5778*
*11700 Montevideo - Uruguay*

UNVENU

## VI.- CONCLUSIÓN

Las estaciones -contra lo que algunos, al parecer, pretenden- no deben ser las únicas destinatarias de las medidas que puedan adoptarse. Ellas figuran junto a otros actores y todos deben ayudar a corregir el problema o, al menos, a acotarlo a términos manejables.

Las estaciones han hecho inversiones para diversificar su oferta. Esto se inscribe dentro de lo que es una corriente que se verifica en todo el orbe, impulsada por las distribuidoras mayoristas. Cualquiera que haya viajado al exterior, habrá podido comprobar que las estaciones no se dedican sólamente a la venta de combustibles.

Una diversificación equivalente también se nota en otros ramos. Por ejemplo: las carnicerías, las panaderías, etc., han incorporado otros productos que estaban incluidos dentro de la oferta de otros ramos comerciales. Otros: los bares han agregado servicio de restaurante; las farmacias venden refrescos, helados, alfajores y hasta, en algún caso, cigarrillos.

En este nuevo marco, las estaciones, a la vez, han creado nuevos puestos de trabajo e, incluso, han contribuido con la reforma de sus intalaciones, al embellecimiento de la ciudad o del lugar donde funcionan. No son logros menores y merecen ser respetados.

De ahí es que aspiren a ser escuchadas al momento de elaborar soluciones. Pero, además, están dispuestas a aportarlas.

---